

BAB III

METODE PENELITIAN

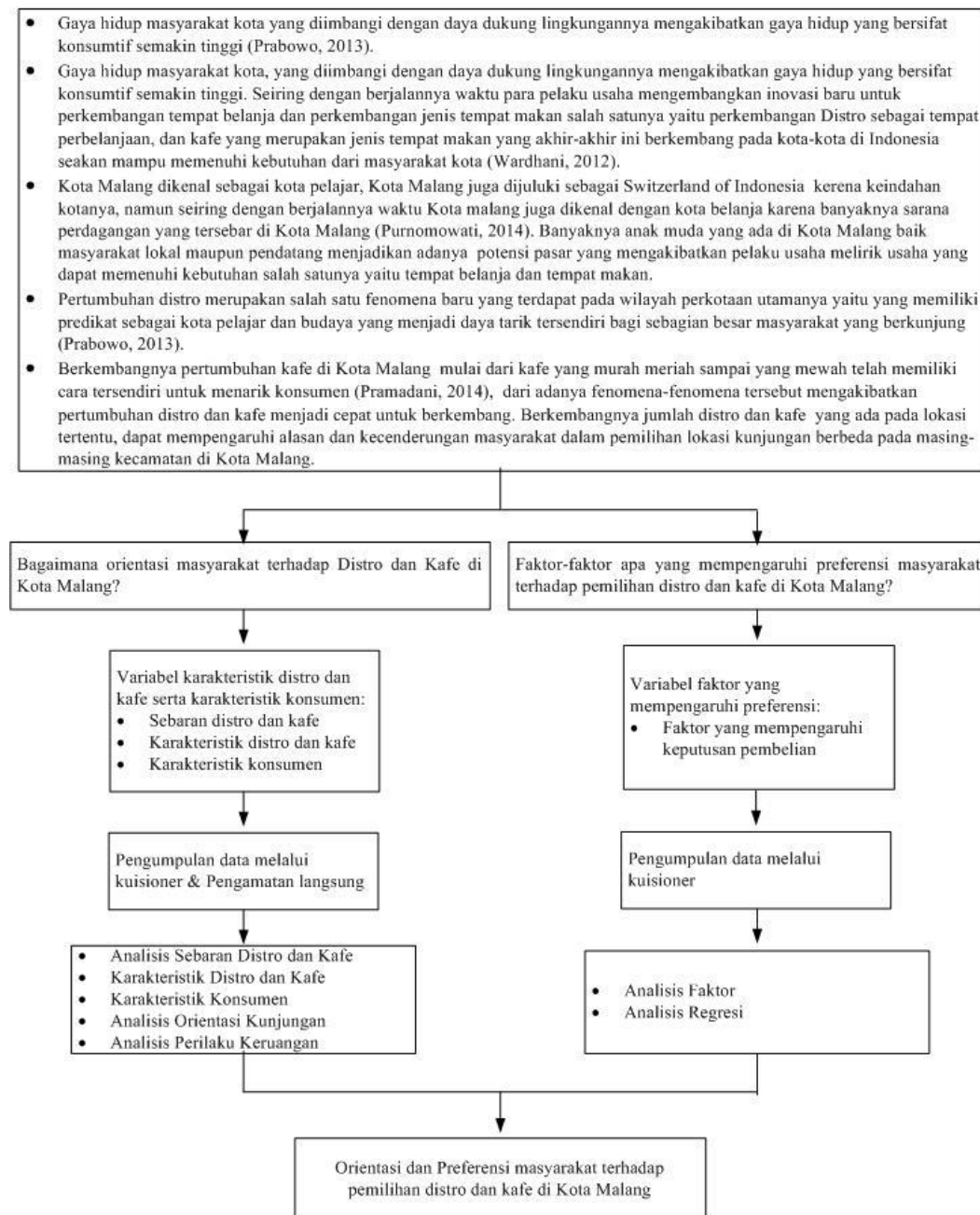
3.1 Definisi Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk menghindari kesalahan pemahaman maupun perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah pada penelitian. Sesuai dengan judul penelitian yaitu “Orientasi dan Preferensi Masyarakat terhadap Pemilihan Distro dan kafe di Kota Malang”, maka definisi operasional adalah sebagai berikut:

1. Orientasi yaitu tinjauan menentukan sikap (arah, tempat) (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2017). Orientasi pembelian merupakan bagian dari gaya hidup individu dengan menekankan pada kegiatan pembelian yang dapat menggambarkan keinginan dan kebutuhan setiap individu ketika melakukan kegiatan pembelian suatu produk atau jasa yang dituju (lokasi) (Pamungkas, 2012).
2. Preferensi adalah (hak untuk) didahulukan dan diutamakan daripada yang lain (prioritas, pilihan, kecenderungan dan kesukaan) (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2017).
3. Distro merupakan singkatan dari *distribution store* atau *distribution outlet* yang berfungsi menerima titipan dari berbagai macam clothing company lokal yang memproduksi sendiri produknya seperti t-shirt, tas, dompet, jaket, dll (Granito, 2008). Produk dari distro yang awalnya hanya dikonsumsi oleh komunitas namun sekarang berkembang dengan merek *clothing* (segala jenis pakaian), namun tetap didasarkan pada kreativitas dan bukan *mass product* atau produksi produk tetap pada jumlah yang terbatas (Wicaksono, 2012).
4. Kafe diartikan sebagai 1) tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik, 2) tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman seperti kopi, teh, bir, kue-kue; kedai kopi (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2017). Kafe adalah tempat untuk makan dan minum sajian saji yang menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi (Marsum, 2005).

3.2 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian yaitu menjelaskan mengenai alur penelitian dari latar belakang hingga output yang akan dihaikan. Berikut merupakan kerangka penelitian pada penelitian ini:



Gambar 3.1 Kerangka Penelitian

3.3 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015), variabel penelitian didasarkan pada segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal penelitian yang kemudian ditarik kesimpulannya.

Penentuan variabel penelitian berdasarkan pada teori dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setyawarman (2009), Soei (2015), PerMen No.10 Tahun 2014, Ma'ruf (2006), Widiastuti (2014), Kotler (2008) dan Loekito (2014). Berikut pada tabel 3.1 merupakan rincian variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.1
Variabel Penelitian

Tujuan Penelitian	Sumber Pustaka	Variabel	Variabel Terpilih	Sub Variabel	Indikator	Pertimbangan Pengambilan Variabel
Mengetahui orientasi masyarakat terhadap distro dan kafe di Kota Malang	Setyawarman, 2009	• Sebaran • Demografi	Sebaran	- Jumlah - Lokasi	- Banyaknya distro dan kafe - Alamat distro dan kafe	Pemilihan variabel didasarkan pada faktor kunci dalam pemilihan lokasi retail dan kebutuhan data yang diperlukan pada penelitian (Setyawarman, 2009)
	Soei, 2015.	• <i>Brand image</i> • Komunitas • Desain • Harga • <i>Time to Market</i>	• Citra merek • Komunitas • Desain • Harga • <i>Time to Market</i>	- Nama besar/ Merek - Komunitas yang memiliki hubungan dengan distro - Memiliki desain karakter yang khas - Desain yang selalu mengikuti trend yang ada. - Range harga - Ketepatan barang jadi siap untuk dijual kepada pelanggan	- Nama besar/ Merek - Komunitas yang memiliki hubungan dengan distro - Memiliki desain karakter yang khas - Desain yang selalu mengikuti trend yang ada. - Range harga - Ketepatan barang jadi siap untuk dijual kepada pelanggan	Pemilihan variabel didasarkan pada <i>key success faktor</i> perusahaan dan kebutuhan data yang diperlukan pada penelitian (Wibowo, 2015)
	PerMen Pariwisata dan Ekonoi Kreatif No. 10 tahun 2014 tentang standart usaha kafe	• Produk • Pelayanan • Pengelolaan	• Produk • Pelayanan	- Luas lantai - Makanan dan minuman - Fasilitas penunjang - Kelengkapan bangunan • Pelayanan	- Luas lantai - Jumlah makanan dan minuman Meja, kursi, peralatan dan perlengkapan makan dan minum, daftar menu, dapur, toilet Papan nama, parkir yang aman, lift atau eskalator untuk kafe yang berada di lantai 4 - Karyawan menggunakan seragam dan identitas - Pembayaran tunai dan/ non tunai	Pemilihan variabel didasarkan pada standart usaha kafe (PerMen Pariwisata dan Ekonoi Kreatif No. 10 tahun 2014)

Tujuan Penelitian	Sumber Pustaka	Variabel	Variabel Terpilih	Sub Variabel	Indikator	Pertimbangan Pengambilan Variabel
			• Pengelolaan	Sumber Manusia	Daya - Jumlah Karyawan	
				Sarana Prasarana	dan - Peralatan komunikasi (telepon dan atau jaringan internet) - Fasilitas ruang ibadah, dan gudang	
	Ma'ruf, 2006.	H. Konsumen	Konsumen	Demografi	- Usia - Jenis kelamin - Tingkat Pendidikan - Jenis pekerjaan - Tingkat pendapatan - Status pernikahan	Pemilihan variabel didasarkan pada karakteristik pengunjung (Mustika, 2014)
				Geografis	- Lokasi permukiman atau lingkungan tinggal	
				Perilaku	- Frekuensi Kunjungan - Orientasi	
				Psikografis	- Motivasi Konsumen - Gaya Hidup	
	Widiastuti, 2014	• Perilaku Keruangan	Perilaku keruangan	- Aksesibilitas	- Waktu tempuh ke distro atau kafe - Jarak permukiman dengan lokasi distro atau kafe - Cara mencapai	Pemilihan variabel didasarkan pada preferensi masyarakat yang dapat dipengaruhi oleh perilaku keruangan (Widiastuti, 2014)
Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap pemilihan	Kotler. 2008	• Preferensi	Preferensi	-	- Kebiasaan (pengalaman yang telah diperoleh sebelumnya) - Kecenderungan (kepercayaan yang terjadi turun menurun) - Kesesuaian terhadap berbagai variasi produk atau pemasok yang tersedia	Pemilihan variabel didasarkan pada pemilihan (preferensi) yang mempengaruhi masyarakat. (Widodo, 2014)

Tujuan Penelitian	Sumber Pustaka	Variabel	Variabel Terpilih	Sub Variabel	Indikator	Pertimbangan Pengambilan Variabel
distro dan kafe di Kota Malang	Loekito, 2014	<ul style="list-style-type: none"> • <i>People</i> • <i>Physical evidence</i> • <i>Product</i> • <i>Promotion</i> • <i>Price</i> • <i>Place</i> • <i>Process</i> 	<i>Promotion</i>	- Bentuk dan ketertarikan	<ul style="list-style-type: none"> - Bentuk promosi yang digunakan melalui media sosial - Bentuk yang digunakan melalui SMS - Bentuk promosi yang digunakan melalui media cetak (brosur, stiker, dll) 	Pemilihan variabel didasarkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan (preferensi) pada konsumen yaitu produk, harga, pendapatan konsumen, lokasi, dan kualitas produk (Basu Swastha, 2007), serta pengaruh <i>people</i> , <i>physical evidence</i> , <i>product</i> , <i>promotion</i> , <i>price</i> dan <i>place</i> terhadap tingkat kunjungan konsumen di Coffee Cozies Surabaya (Nugroho, R. Japariato, E. 2013)
				- Informasi Promosi	- Muatan promosi (mudah dipahami dan mudah ditemukan)	
			<i>Price</i>	-	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkatan harga - Kekompetitifan Harga (perbandingan harga ditempat lain) - Potongan harga (diskon) 	
			<i>Place</i>	-	<ul style="list-style-type: none"> - Ketersediaan transportasi umum yang melewati, terdapatnya pedestrian - Ketersediaan tempat parkir 	
			<i>People</i>	Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> - Kecepatan dalam pelayanan - Pelayanan yang ramah dan sopan - Atribut karyawan 	
			<i>Physical evidence</i>	Fasilitas pendukung	<ul style="list-style-type: none"> - Ketersediaan pendingin ruangan - Ketersediaan WIFI - Ketersediaan pembayaran tunai dan non tunai - Ketersediaan logo toko 	
			<i>Process</i>	-	<ul style="list-style-type: none"> - Proses pelayanan pada kasir - Proses pelayanan kepada konsumen - Proses pemilihan produk yang relative nyaman 	
			<i>Product</i>	-	<ul style="list-style-type: none"> - Variasi Produk - Tampilan Produk - Kualitas Produk 	

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan agar penelitian dapat terarah dan dalam memperoleh informasi sesuai dengan tujuan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pengumpulan data primer dan sekunder.

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data Primer

Teknik pengumpulan data primer merupakan metode pengumpulan data yang memerlukan adanya kontak atau hubungan langsung antara peneliti dengan langkah-langkah yang sesuai. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data primer yaitu wawancara, observasi lapangan dan juga kuisioner.

A. Wawancara

Wawancara merupakan teknik memperoleh informasi yang dilakukan secara langsung melalui Tanya jawab antara pewawancara dengan narasumber. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada responden untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian. Data yang diperlukan berupa data karakteristik distro dan kafe. Melalui teknik wawancara peneliti dapat memperoleh informasi, pemahaman, serta pengalaman langsung dari responden. Responden yang dilakukan wawancara pada penelitian ini yaitu pemilik atau pengelola dari Distro dan Kafe di Kota Malang dengan mewawancarai mengenai karakteristik Distro dan Kafe.

B. Observasi

Observasi merupakan teknik memperoleh informasi yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap peristiwa serta kondisi eksisting terkait dengan data yang diperlukan. Kegiatan observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu meliputi kondisi fisik pada Distro dan Kafe. Alat-alat yang digunakan dalam observasi lapangan yaitu kamera yang berfungsi untuk mengabadikan kondisi terkait data yang diperlukan.

C. Kuisioner

Kuisioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh data atau informasi dari responden (masyarakat Kota Malang) mengenai data pribadi, orientasi, preferensi dan hal-hal yang lain.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder

Teknik pengumpulan data sekunder merupakan metode pengumpulan data terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data dari instansi-instansi terkait dengan tujuan yang akan digunakan sebagai penunjang dan pelengkap dalam penelitian.

A. Survei Instansi

Survei instansi merupakan teknik pengumpulan data dari organisasi maupun instansi yang berhubungan dengan objek penelitian, seperti:

- Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Malang;
- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Malang;
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang.

B. Studi Literatur

Studi literatur merupakan teknik pengumpulan informasi data yang dibutuhkan untuk penelitian. Studi literatur dapat diperoleh melalui buku, jurnal, artikel dan hasil penelitian sebelumnya. Studi literatur dilakukan untuk mendukung proses identifikasi data serta dalam evaluasi data.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan dan digunakan dalam penelitian adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak berupa angka, untuk membacanya harus dijabarkan secara rinci dan jelas agar bisa menarik simpulan. Data kuantitatif penggunaannya adalah dalam melengkapi dan sebagai bahan untuk dapat lebih meyakinkan penjelasan yang ada kaitannya dengan substansi penelitian, seperti

A. Data primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara dan belum diolah). Data primer adalah objek yang disurvei langsung di lapangan data yang diperoleh langsung di lokasi penelitian. Data primer pada penelitian ini yaitu seperti data mengenai distro dan kafe serta jawaban dari responden. Data ini juga dilengkapi dengan data foto, gambar, dan peta untuk melengkapi data primer.

B. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah diolah dan diperoleh dari pihak atau lembaga lain. Sumber data sekunder berupa dokumentasi dan arsip-arsip resmi yang dapat mendukung hasil penelitian. Data sekunder yang didapatkan dalam penelitian ini berupa data dari instansi terkait, seperti data dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian terkait dengan jumlah distro dan kafe di Kota Malang, dan juga data literature seperti peraturan-peraturan yang berlaku terkait dengan variabel-variabel yang dibutuhkan.

3.6 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu distro dan kafe di Kota Malang untuk mengetahui karakteristik dan persebaran distro dan kafe yang ada di Kota Malang. Distro dan kafe yang digunakan pada penelitian ini yaitu distro dan kafe yang memiliki layanan tunggal dan bersifat *single store* (toko tunggal) atau distro dan kafe yang tidak berada pada pusat perbelanjaan. Pembatasan jumlah data pada distro dan kafe di Kota Malang yang ada pada masing-masing kecamatan yaitu diambil pada bulan Maret, 2017.

Menurut Sugiyono (2015) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Peneliti dapat menggunakan sampel yang didapatkan dari populasi, dan hasil yang dipelajari atau didapatkan dari sampel kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi sehingga dalam pengambilan sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representative atau mewakili.

Pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan metode *Probability Sampling* yaitu dengan teknik Purposive Sampling. Teknik Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel yang dilakukan berdasarkan keputusan dari peneliti sendiri, yaitu pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Nazir, 2011).

Pada penelitian ini sampel yang digunakan yaitu masyarakat Kota Malang yang berada usia 15-64 tahun karena usia tersebut merupakan usia produktif dianggap mempunyai pola pikir yang matang serta pada usia ≥ 15 tahun telah dapat menentukan pilihan jawaban untuk menjawab kuisioner pada penelitian ini (Tania, 2015), serta pada usia tersebut memungkinkan orang untuk untuk memilih lokasi yang akan mereka tuju (distro dan atau kafe). Untuk ukuran sampel yang digunakan yaitu menggunakan perhitungan Isaac dan Michael. Rumus yang digunakan pada Isaac dan Michael adalah sebagai berikut:

$$S = \frac{\lambda^2 \times N \times P \times (1-P)}{d^2 \times (N-1) + \lambda^2 \times P \times (1-P)} \dots\dots\dots (3-1)$$

Keterangan:

S = Ukuran sampel yang diperlukan

N = Jumlah anggota populasi

P = Proporsi populasi

d = Tingkat akurasi (tingkat kesalahan sample yang bisa ditoleransi)

λ^2 = tabel *chi-square* 6% atau 0,06 dengan nilai 3,537

Sampel yang digunakan pada penelitian yaitu penduduk pada usia produktif yaitu 15-64 tahun. Untuk mengetahui proporsi populasi yaitu dengan menggunakan rumus

$$P = \frac{x}{N} \dots\dots\dots (3-2)$$

Keterangan:

P = Proporsi

X = Populasi Umur Penelitian (umur 15 - 64 tahun)

N = Jumlah Seluruh Populasi di tiap Kecamatan

Berikut merupakan Tabel 3.2 merupakan jumlah total penduduk usia produktif dan proporsi penelitian pada masing-masing kecamatan di Kota Malang.

Tabel 3.2

Jumlah penduduk usia 15 - 64 tahun dan proporsi penelitian

Kecamatan	Jumlah Populasi	Jumlah Total Penduduk umur 15-64	Proporsi	Q
Kedungkandang	183927	128294	0.70	0.30
Sukun	188545	135041	0.72	0.28
Klojen	104590	77089	0.74	0.26
Blimbing	176845	125512	0.71	0.29
Lowokwaru	192066	148692	0.77	0.23

Penentuan proporsi penelitian kemudian dilakukan perhitungan sampel penelitian dengan menggunakan perhitungan *Isaac & Michael*, dengan menggunakan tingkat kesalahan 6%. Maka perhitungan sampel pada masing-masing kecamatan adalah sebagai berikut:

1. Kedungkandang

$$S = \frac{128.294 \times 3,537 \times 0,70 (0,30)}{(128.294 - 1) 0,06^2 + 3,537 \times 0,70 (0,30)} = 207$$

2. Sukun

$$S = \frac{135.041 \times 3,537 \times 0,72 (0,28)}{(135.041 - 1) 0,06^2 + 3,537 \times 0,72 (0,28)} = 199$$

3. Klojen

$$S = \frac{77.089 \times 3,537 \times 0,74 (0,26)}{(77.089 - 1) 0,06^2 + 3,537 \times 0,74 (0,26)} = 190$$

4. Blimbing

$$S = \frac{125.512 \times 3,537 \times 0,71 (0,29)}{(125.512 - 1) 0,06^2 + 3,537 \times 0,71 (0,29)} = 202$$

5. Lowokwaru

$$S = \frac{148.692 \times 3,537 \times 0,77 (0,23)}{(148.692 - 1) 0,06^2 + 3,537 \times 0,77 (0,23)} = 172$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan perhitungan *Isaac dan Michael* maka didapatkan hasil jumlah sampel yaitu sebanyak 970 responden yang tersebar pada setiap kecamatan di Kota Malang. Selanjutnya sampel penelitian dibagi pada masing-masing kelurahan yang ada di Kota Malang. Jumlah sampel untuk masing-masing

kelurahan diperoleh dari total jumlah sampel yang ada dikecamatan dibagi dengan jumlah kelurahan yang ada pada masing-masing kecamatan.

Pengambilan responden yang dilakukan yaitu pada masyarakat Kota Malang dengan dilakukan survey ke rumah ke rumah-rumah penduduk karena dari fenomena maraknya distro dan kafe dapat mempengaruhi alasan dan kecenderungan seseorang terhadap pemilihan lokasi, sehingga pengambilan sampel yang dilakukan yaitu pada masyarakat Kota Malang pada masing-masing kecamatan untuk mengetahui orientasi dan preferensi masyarakat terkait dengan pemilihan distro dan kafe yang ada di Kota Malang. Pengambilan responden pada penelitian ini yaitu masyarakat yang berada pada usia 15-64 tahun dan dengan menanyakan kepada masyarakat yang terkait pernah atau tidak berkunjung ke distro dan atau kafe. Pembagian jumlah sampel yaitu berdasarkan kelurahan yang ada di Kota Malang. Jumlah sampel yaitu didapat dengan memproporsikan jumlah penduduk pada masing-kelurahan di tiap kecamatan. Berikut merupakan tabel persebaran sampel tiap kelurahan.

Tabel 3.3
Jumlah sampel per kelurahan

Kecamatan	Kelurahan	Proporsi Sampel	Jumlah sampel
Kedungkandang	Arjowinangun	0,05 %	11
	Tlogowaru	0,03 %	7
	Wonokoyo	0,03 %	6
	Bumiayu	0,08 %	17
	Buring	0,06 %	13
	Mergosono	0,10 %	20
	Kotalama	0,16 %	32
	Kedung kandang	0,06 %	13
	Sawojajar	0,17 %	35
	Madyopuro	0,09 %	19
	Lesanpuro	0,11 %	22
	Cemoro kandang	0,06 %	12
Sukun	Kebonsari	0,06 %	11
	Gadang	0,10 %	19
	Ciptomulyo	0,07 %	13
	Sukun	0,09 %	19
	Bandungrejosari	0,16 %	33
	Bakalan krajan	0,04 %	8
	Mulyorejo	0,07 %	14
	Bandulan	0,08 %	17
	Tanjung rejo	0,14 %	28
	Pisang candi	0,08 %	17
Klojen	Karang besuki	0,10 %	20
	Kasin	0,12 %	22
	Sukoharjo	0,09 %	17
	Kiduldalem	0,05 %	9
	Kauman	0,10 %	20
	Bareng	0,14 %	27
	Gadingkasri	0,11 %	20
	Oro-Oro Dwo	0,10 %	19

Kecamatan	Kelurahan	Proporsi Sampel	Jumlah sampel
	Klojen	0,03 %	7
	Rampal celaket	0,05 %	10
	Samaan	0,08 %	15
	Penanggungan	0,13 %	24
Blimbing	Jodipan	0,07 %	14
	Polehan	0,10 %	20
	Kesatrian	0,06 %	12
	Bunulrejo	0,14 %	29
	Purwantoro	0,15 %	31
	Pandanwangi	0,17 %	33
	Blimbing	0,05 %	10
	Purwodadi	0,10 %	20
	Polowijen	0,06 %	13
	Arjosari	0,05 %	10
	Balearjosari	0,05 %	10
	Merjosari	0,10 %	17
	Dinoyo	0,09 %	16
	Sumbersari	0,09 %	16
Lowokwaru	Ketawanggede	0,05 %	9
	Jatimulyo	0,11 %	19
	Lowokwaru	0,09 %	16
	Tulusrejo	0,08 %	14
	Mojolangu	0,13 %	22
	Tunjungsekar	0,08 %	14
	Tasikmadu	0,03 %	5
	Tunggulwulung	0,04 %	7
	Tlogomas	0,10 %	17
	Total		970

3.7 Metode Analisa Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan metode analisis evaluatif.. Berikut merupakan uraian mengenai teknik analisa data yang digunakan pada penelitian mengenai orientasi dan preferensi masyarakat terhadap pemilihan distro dan kafe di Kota Malang.

3.7.1 Analisis Sebaran Distro dan Kafe

Analisis sebaran distro dan kafe yaitu mendeskripsikan dan memetakan. Analisis sebaran distro dan kafe berisikan tentang jumlah, alamat distro dan kafe serta pemetaan dengan menggunakan *software* ArcGis untuk mengetahui lokasi persebaran distro dan kafe yang ada pada masing-masing kelurahan di Kota Malang. Distro dan Kafe yang disurvei pada penelitian ini yaitu distro dan kafe yang memiliki toko/bangunan tunggal atau berdiri sendiri bukan distro atau kafe yang berada didalam suatu bangunan tertentu seperti pada *mall* atau pusat perbelanjaan.

3.7.2 Karakteristik Distro dan Kafe

Karakteristik distro dan kafe yaitu mendeskripsikan variabel dari distro dan kafe untuk mengetahui karakteristik distro dan kafe di Kota Malang. Karakteristik Distro yaitu terdiri

dari Brand image, komunitas, Desain, Harga, dan Time to Market. Jenis Distro yaitu eksklusif distro atau distro yang hanya menjual satu brand Sedangkan karakteristik kafe yaitu terdiri dari Produk, Pelayanan, dan Pengelolaan. Jenis Kafe yaitu terdapat kafe yang hanya menjual minuman, kafe yang menjual minuman dan makanan ringan, serta kafe yang menjual minuman, makanan ringan dan makanan berat.

3.7.3 Karakteristik Konsumen Distro dan Kafe

Karakteristik konsumen yaitu dengan mendeskripsikan mengenai konsumen distro dan kafe pada masyarakat di Kota Malang. Konsumen merupakan setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan bukan untuk diperdagangkan. Pada penelitian ini karakteristik konsumen didasarkan pada karakteristik demografi, geografi, perilaku, dan psikografis (Ma'ruf, 2006).

A. Berikut merupakan karakteristik berdasarkan segmentasi demografi:

1. Usia, pengelompokan usia berdasarkan Badan Pusat Statistik Kota Malang, sebagai berikut:

Tabel 3.4

Pengelompokan Usia

No	Usia (Tahun)
1	15-19
2	20-24
3	25-29
4	30-34
5	35-39
6	40-44
7	45-49
8	50-54
9	55-59
10	60-64

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2015

2. Jenis kelamin, dibedakan menjadi laki-laki dan perempuan
3. Tingkat pendidikan, pengelompokan tingkat pendidikan berdasarkan Badan Pusat Statistik Kota Malang, antara lain:

Tabel 3.5

Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir
1	Tidak Sekolah
2	SD
3	SMP
4	SMA
5	Diploma
6	Sarjana
7	Magister

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2015

4. Jenis pekerjaan, pengelompokan jenis pekerjaan berdasarkan Badan Pusat Statistik Kota Malang, sebagai berikut:

Tabel 3.6

Pengelompokan Pekerjaan

No	Pekerjaan
1	Tidak bekerja
2	Pelajar
3	Mahasiswa
4	PNS
5	Wiraswasta
6	Pegawai Swasta
7	ABRI/POLRI
8	Pensiunan
9	IRT
10	Profesional

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2015

5. Tingkat pendapatan, pendapatan perbulan berdasarkan kelompok pendapatan pada Badan Pusat Statistik Kota Malang, antara lain:

Tabel 3.7

Pengelompokan Pendapatan

No	Pendapan Responden (Rp)
1	< Rp. 299.999
2	Rp. 300.000 - Rp. 499.999
3	Rp. 500.000 - Rp. 999.999
4	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.999.999
5	Rp. 2.000.000 - Rp. 2.999.999
6	Rp. 3.000.000 - Rp. 3.999.999
7	> Rp. 4.000.000
8	Tidak ada

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2015

6. Status pernikahan, pengelompokan status pernikahan berdasarkan Badan Statistik Kota Malang, antara lain:

Tabel 3.8

Status Pernikahan

No	Status pernikahan
1	Menikah
2	Janda
3	Duda
4	Belum Menikah

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2015

- B. Karakteristik berdasarkan segmentasi geografis yaitu lokasi permukiman atau lingkungan tinggal, berdasarkan Badan Pusat Statistik Kota Malang dibagi menjadi 5 kecamatan, antara lain:

1. Kecamatan Kedungkandang
2. Kecamatan Sukun

3. Kecamatan Klojen
4. Kecamatan Blimbing
5. Kecamatan Lowokwaru

C. Karakteristik berdasarkan segmentasi perilaku yaitu berdasarkan frekuensi kunjungan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.9

Frekuensi Kunjungan

No	Frekuensi kunjungan
1	1-2 kali
2	3-4 kali
3	>4 kali
4	lainnya

Sumber: Mustika, 2014

D. Karakteristik berdasarkan segmentasi psikografis yaitu terdiri dari:

1. Motivasi Konsumen

- a. Motivasi konsumen untuk berkunjung ke distro antara lain:

Tabel 3.10

Motivasi berkunjung ke distro

No	Motivasi
1	Distro terkenal
2	Kualitas produk
3	Harga terjangkau
4	lokasi mudah dijangkau
5	Suasana nyaman
6	Lainnya

Sumber: Mustika, 2014

- b. Motivasi konsumen untuk berkunjung ke kafe antara lain:

Tabel 3.11

Motivasi berkunjung ke kafe

No	Motivasi
1	Kafe Terkenal
2	Citarasa Makanan
3	Harga Terjangkau
4	Lokasi Mudah Dijangkau
5	Suasana Nyaman
6	Lainnya

Sumber: Mustika, 2014

2. Gaya Hidup, penilaian gaya hidup dapat mempengaruhi pemilihan berkunjung ke distro dan atau kafe yaitu menggunakan skala likert berdasarkan Raf (2012):

Nilai 1 = Sangat kecil

Nilai 4 = Besar

Nilai 2 = Kecil

Nilai 5 = Sangat Besar

Nilai 3 = Cukup kecil

3.7.4 Analisis Orientasi Pemilihan Kunjungan

Orientasi pembelian menurut Pamungkas (2012) merupakan bagian dari gaya hidup individu dengan menekankan pada kegiatan pembelian yang dapat menggambarkan keinginan dan kebutuhan setiap individu ketika melakukan kegiatan pembelian suatu produk atau jasa yang dituju atau dikunjungi. Analisis orientasi pemilihan kunjungan konsumen dalam berkunjung yaitu untuk mengetahui kecenderungan yang dilakukan konsumen dalam memutuskan kunjungan. Analisis orientasi pemilihan kunjungan yaitu berdasarkan jawaban lokasi distro dan atau kafe yang akan dituju. Lokasi yang dimaksud yaitu lokasi yang biasa dikunjungi diluar maupun di dalam lingkungan tempat tinggal (kecamatan).

3.7.5 Analisis Perilaku Keruangan

Perilaku keruangan dapat mempengaruhi preferensi dan orientasi manusia dalam berkunjung ke suatu tempat. Perilaku keruangan manusia banyak ditentukan oleh faktor-faktor yang bebas dari konteks keruangan. Faktor yang mempengaruhi perilaku keruangan menurut Widiastuti (2014) yaitu keterjangkauan/aksesibilitas, jarak, lokasi, dan hubungan timbal balik. Pada penelitian ini analisis perilaku keruangan yang digunakan yaitu aksesibilitas masyarakat dalam berkunjung ke distro dan kafe seperti cara mencapai lokasi distro dan kafe, waktu tempuh yang dibutuhkan serta jarak lokasi permukiman dengan distro dan kafe.

Klasifikasi aksesibilitas yaitu jarak permukiman dengan distro dan kafe dibedakan menjadi 5 yaitu: <1km, 1-3 km, 4-6 km, 7-9 km dan ≥ 10 km . Klasifikasi aksesibilitas berupa waktu tempuh menuju distro dan kafe yaitu <5 menit, 5-10 menit, 11-15 menit dan >15 menit. Klasifikasi aksesibilitas berupa cara mencapai lokasi distro dan kafe yaitu dengan menggunakan mobil, sepeda motor, angkutan umum, dan jalan kaki sehingga kemudahan pencapaian lokasi dipengaruhi oleh jarak yang ditempuh dengan waktu yang relative singkat menggunakan moda transportasi yang sesuai dengan kondisi jalan.

3.7.6 Analisis Faktor

Analisis faktor digunakan untuk mengidentifikasi sejumlah faktor yang lebih sedikit yang dapat digunakan untuk menjelaskan sejumlah variabel-variabel yang saling berhubungan. Pada penelitian mengenai preferensi masyarakat terhadap distro dan kafe di Kota Malang menggunakan analisa faktor untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang paling berpengaruh terhadap pemilihan masyarakat Kota Malang dalam berkunjung ke distro dan kafe, dengan input data yang digunakan yaitu berdasarkan demografi,

psikografis, *product, promotion, price, place, people, physical evidence, dan process* dengan penilaian menggunakan skala likert, menurut Sappaile (2007) terdiri dari:

Nilai 1 = Sangat Berpengaruh

Nilai 4 = Berpengaruh

Nilai 2 = Tidak Berpengaruh

Nilai 5 – Sangat Berpengaruh

Nilai 3 = Cukup Berpengaruh

Berikut merupakan faktor yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 3.12

Indikator yang digunakan dalam analisis faktor

Indikator		Ragam Data	Klasifikasi
X1	Usia	Ordinal	1. 15-24 tahun
			2. 25-34 tahun
			3. 35-44 tahun
			4. 45-54 tahun
			5. ≥ 55 tahun
X2	Pendidikan terakhir	Ordinal	1. Tidak sekolah
			2. SD, SMP, SMA
			3. Diploma
			4. Sarjana
			5. Magister
X3	Jenis pekerjaan	Ordinal	1. Tidak bekerja
			2. Pelajar, Mahasiswa
			3. IRT
			4. Wiraswasta
			5. PNS, ABRI/POLRI, Pensiunan, Pegawai Swasta
X4	Pendapatan perbulan	Ordinal	1. Tidak ada
			2. ≤ Rp.499.999
			3. Rp. 500.000 – Rp. 1.999.999
			4. Rp. 2.000.000 – Rp. 3.999.999
			5. > Rp. 4.000.000
X5	Gaya hidup yang mempengaruhi pemilihan lokasi kunjungan	Ordinal	1. Sangat kecil
			2. Kecil
			3. Cukup besar
			4. Besar
			5. Sangat besar
X6	Variasi /jenis pada produk	Ordinal	1. Sangat tidak berpengaruh 2. Tidak berpengaruh 3. Cukup berpengaruh 4. Berpengaruh 5. Sangat berpengaruh
X7	Kualitas produk		
X8	Tampilan produk yang menarik		
X9	Promosi melalui media sosial		
X10	Promosi melalui SMS		
X11	Promosi melalui media cetak (brosur, stiker, dll)		
X12	Muatan promosi		
X13	Tingkatan harga		
X14	Kekompetitifan harga (perbandingan harga ditempat lain)		
X15	Potongan harga (diskon)		
X16	Ketersediaan transportasi umum, dan pedestrian (tempat pejalan kaki)		
X17	Ketersediaan tempat parkir		
X18	Kecepatan pelayanan		

	Indikator	Ragam Data	Klasifikasi
X19	Keramahan dan kesopanan pelayanan		
X20	Atribut karyawan		
X21	Ketersediaan pendingin ruangan		
X22	Ketersediaan WIFI		
X23	Ketersediaan pembayaran tunai dan non tunai		
X24	Ketersediaan logo toko		
X25	Proses pelayanan pada kasir (cepat, senyum, salam, dan sapa)		
X26	Proses pelayanan kepada konsumen		
X27	Proses pemilihan produk yang relative nyaman		

Pada operasionalisasi teknis analisis faktor yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Faktor Konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*) yakni teknik analisis faktor berdasarkan teori dan konsep yang sudah diketahui, dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel, validitas dan reliabilitas untuk mendapatkan data penelitian yang valid dan reliable. Menurut Sarwoko, (2011) analisis faktor konfirmatori yaitu untuk menguji indikator-indikator dari sebuah variabel konstruk apa saja yang signifikan, yang selanjutnya hasil dari analisis faktor tersebut dapat digunakan untuk analisis selanjutnya seperti analisis regresi untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (variabel bebas terhadap variabel dependen (variabel terikat). Analisis faktor pada penelitian ini yaitu dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS yaitu dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Melakukan penyeleksian variabel

Penyeleksian yaitu berdasarkan 27 indikator yang telah dipilih yang dianggap dapat dilakukan tahapan untuk analisa faktor. Penyeleksian dilakukan satu persatu indikator yang memiliki nilai KMO-MSA (Keiser Meyer Olkin Measure of Samping Adequency) kurang dari 0,05 akan direduksi.

2. Melakukan proses *factoring*

Proses *factoring* dilakukan untuk mengetahui faktor atau variabel terkait, dengan memperhatikan nilai KMO. Metode yang digunakan pada proses *factoring* ada beberapa macam, namun yang digunakan yaitu yang umum dan paling sederhana yaitu metode komponen utama dengan melihat variabel yang memiliki nilai *eigenvalue* tertinggi atau variabel yang paling mempengaruhi terhadap preferensi masyarakat. Pada tahap ini pereduksian indikator yang banyak menjadi variabel

yang jumlahnya lebih sedikit dari variabel awal dengan memperhatikan nilai KMO sehingga pada setiap indikator tidak memiliki nilai MSA kurang dari 0,05.

3.7.7 Analisis Regresi

Analisis regresi merupakan suatu teknik untuk membangun persamaan garis lurus dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (prediction). Sehingga dalam penerapannya digunakan untuk menganalisis hubungan dua atau lebih variabel. Regresi linier berganda adalah regresi yang melibatkan hubungan antara satu variabel tak bebas (Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (X).

Variabel dependen atau variabel tak bebas (Y) yang digunakan pada penelitian ini yaitu mengenai preferensi masyarakat terhadap distro dan kafe di Kota Malang. Sedangkan pada variabel independen atau variabel bebas (X) yaitu berupa hasil dari variabel-variabel baru yang telah didapatkan dari analisa faktor. Analisa Regresi pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat pengaruh dari variabel-variabel yang berpengaruh terhadap variabel Y atau variabel preferensi. Data yang digunakan untuk analisis regresi linear berganda adalah menggunakan data hasil survei (ordinal) yang telah diubah menjadi data interval dengan menggunakan Metode Suksesif Interval.

Proses yang dilakukan dalam analisis regresi yaitu dengan menggunakan beberapa serangkaian pengujian terhadap data yang diperoleh. Serangkaian uji tersebut dilakukan untuk menguji apakah data yang digunakan sudah memenuhi syarat untuk dilakukannya analisis regresi. Uji yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji multikoleniaritas, uji homoskedastisitas, dan uji normalitas, yang selanjutnya yaitu dilakukan interpretasi hasil analisis (Yamin, 2011).

A. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolenearitas adalah untuk mengetahui hubungan (korelasi) antara beberapa atau semua variabel bebas. Uji multikoleniaritas yaitu delakukan dengan mengaktifkan *Covariance matrix* dan *Collinierity diagnostic* pada tabel regresi linier.

Untuk mengetahui multikolinearitas pada model regresi linier berganda yaitu dapat digunakan dengan menggunakan nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance* (TOL) dengan ketentuan jika nilai VIF melebihi angka 10, maka terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Selanjutnya jika nilai TOL sama dengan 1, maka tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

B. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah variansi eror model regresi yang tidak konstan atau antara erorsatu dengan eror yang lain berbeda. Uji Heterokedastisitas dilakukan untuk mnguji tingkat keberadaan residual pada suatu model.

Untuk mengetahui heterokedastisitas dalam sebuah model regresi yaitu dengan memasukkan variabel *SRESID pada Y dan *ZPRED pada X. Hasil analisis didapatkan bahwa titik-titik yang terletak dibawah dan diatas angka 0 secara acak dan tidak membentuk pola tertentu dapat diasumsikan bahwa homokedastisitas terpenuhi.

C. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas pada penelitian ini yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik yang digunakan yaitu analisis grafik normal probability plot. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat sebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan uji normalitas dengan uji statistic yaitu menggunakan *Nonparametic Test One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (1-Sampel K-S). Jika hasil Kolmogorov-Sminrnov menunjukkan nilai signifikan diatas 0,05 maka data residual terdistribusi dengan normal. Sedangkan jika hasil Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data residual terdistribusi tidak normal.

D. Interpretasi Hasil Analisis

Interpretasi hasil analisis yaitu menggunakan hasil regresi yang terbaik dengan harus memenuhi kriteria statistik, antara lain lain (Miro, 2004:76):

1. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Nilai R^2 memiliki range antara 0 sampai 1 atau ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar R^2 (mendekati satu) semakin baik hasil regresi tersebut dan semakin 0, maka variabel bebas secara keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel tidak bebas. Variabel terikat akan dinilai melalui korelasi yang nanti akan didapatkan hasil dengan variabel yang memiliki pearson korelasi yang kuat.

2. Uji F

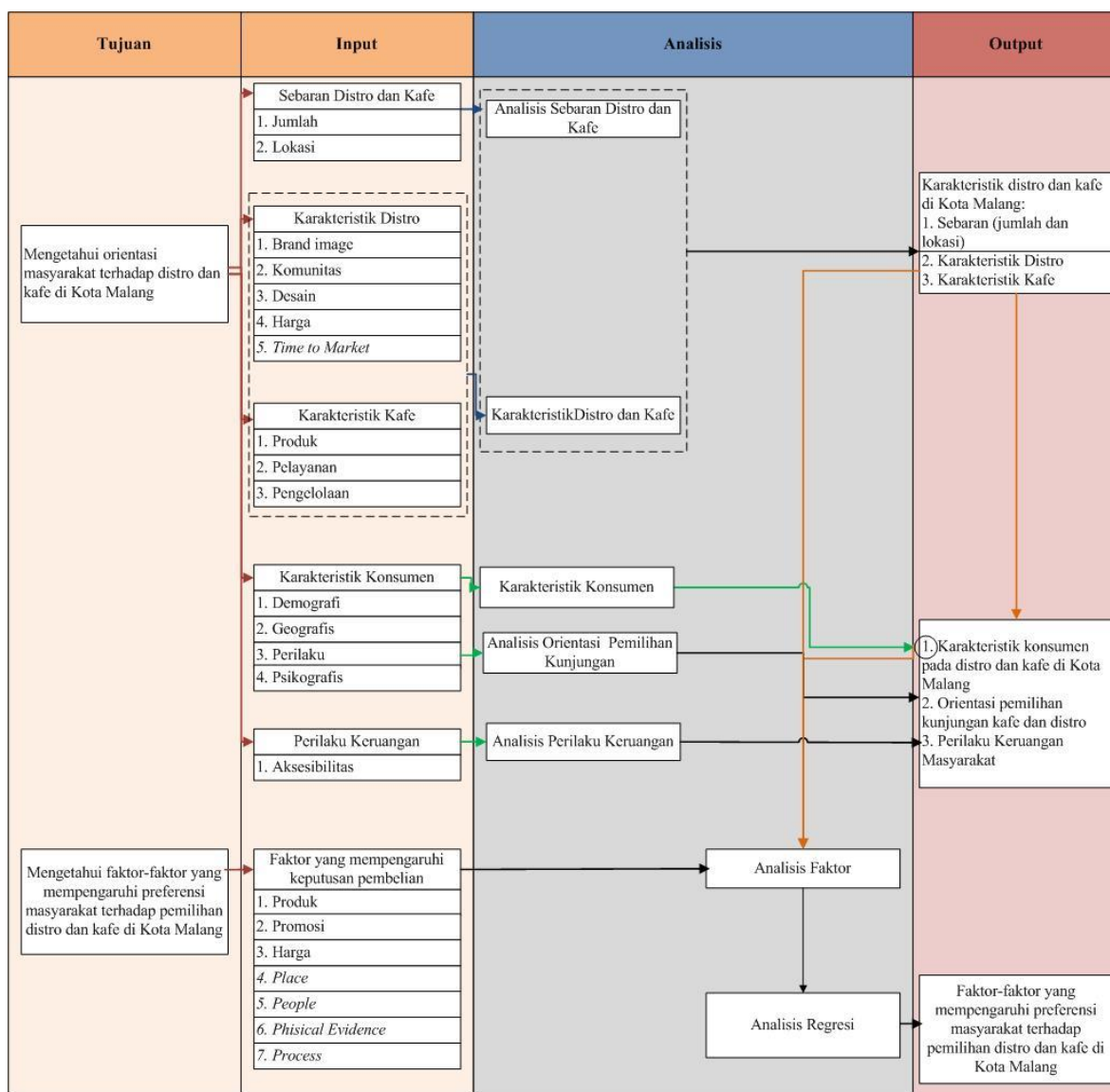
Hasil Uji F yang menunjukkan variabel independen secara bersama- sama berpengaruh terhadap variabel dependen, jika *p-value* (pada kolom sig) lebih kecil

dari *level of significant* yang ditentukan, atau F hitung (pada kolom F) lebih besar dari F tabel.

3. Uji t

Nilai dari uji t dapat dilihat dari p-value lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan atau t hitung lebih besar dari t tabel maka nilai variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.8 Kerangka Analisa



Gambar 3.2 Kerangka Analisa

3.9 Desain Survei

Desain survei pada penelitian mengenai preferensi masyarakat terhadap sarana perdagangan pada distro dan kafe di Kota Malang adalah pada tabel 3.4

No	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data yang Dibutuhkan	Indikator	Parameter	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis	Output
		Harga	-	<ul style="list-style-type: none"> • Range harga pada distro 	<ul style="list-style-type: none"> • Range harga pada distro 	- Range harga pada distro				
		<i>Time to Market</i>	-	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan barang jadi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan barang jadi siap untuk dijual kepada pelanggan 	- Ketepatan barang jadi siap untuk dijual kepada pelanggan				
		Produk	Ruang makan dan minum	<ul style="list-style-type: none"> • Luas lantai 	<ul style="list-style-type: none"> • Luas lantai 	- Ukuran lantai	Data Primer Data Sekunder: <ul style="list-style-type: none"> • Dinas Perindustrian dan Perdagangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Survei Sekunder • Survei Primer (Wawancara, Kuisisioner) 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis Deskriptif: - Analisis penilaian kualitas pelayanan 	Karakteristik kafe di Kota Malang.
			Makanan dan minuman	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah makanan dan minuman • Bahan baku 	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah makanan dan minuman • Sumber bahan baku 	<ul style="list-style-type: none"> - Jumlah paling sedikit 10 makanan dan 20 minuman ringan - Cara mendapatkan , Lokasi, jenis, dan ketersediaan bahan baku 				

No	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data yang Dibutuhkan	Indikator	Parameter	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis	Output
			Fasilitas penunjang	• Terdapatnya fasilitas penunjang	• Terdapat fasilitas penunjang (meja, kursi, peralatan dan perlengkapan makan dan minum, daftar menu, dapur dan toilet)	- Terdapat fasilitas penunjang (meja, kursi, peralatan dan perlengkapan makan dan minum, daftar menu, dapur dan toilet)				
			Kelengkapan bangunan	• Terdapatnya kelengkapan bangunan	• Terdapat kelengkapan bangunan	- Terdapat kelengkapan bangunan seperti papannama, parkir yang aman, lift atau escalator untuk kafe yg berada di lantai 4				
		Pelayanan	Prosedur Operasional	• Karyawan yang menggunakan seragam dan identitas	• Karyawan yang menggunakan seragam dan identitas	- Karyawan yang menggunakan seragam dan identitas				
				• Sistem pembayaran	• Sistem pembayaran	- Adanya pembayaran tunai dan non tunai				
		Pengelolaan	Sumber Daya Manusia	• Karyawan	• Jumlah Karyawan	- Jumlah Karyawan				

No	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data yang Dibutuhkan	Indikator	Parameter	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis	Output
			Sarana dan Prasarana	<ul style="list-style-type: none"> • Peralatan Komunikasi • Fasilitas ruang ibadah, dan gudang 	<ul style="list-style-type: none"> • Peralatan Komunikasi • Fasilitas ruang ibadah, dan gudang 	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapatnya peralatan Komunikasi (jaringan internet) - Terdapatnya fasilitas ruang ibadah, dan gudang 				
		Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Demografi 	<ul style="list-style-type: none"> • Usia 	<ul style="list-style-type: none"> • Usia 	<ul style="list-style-type: none"> - 15-19 tahun - 20-24 tahun - 25-29 tahun - 30-34 tahun - 35-39 tahun - 40-44 tahun - 45-49 tahun - 50-54 tahun - 55-64 tahun 	Data Primer	Survei Primer (Kuisisioner)	<ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik konsumen dan orientasi masyarakat pada distro dan kafe di Kota Malang. • Analisis faktor • Analisis Regresi 	Karakteristik konsumen dan orientasi masyarakat pada distro dan kafe di Kota Malang.
				<ul style="list-style-type: none"> • Jenis kelamin 	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis kelamin 	<ul style="list-style-type: none"> - Laki-laki - perempuan 				
				<ul style="list-style-type: none"> • Status Pernikahan 	<ul style="list-style-type: none"> • Status Pernikahan 	<ul style="list-style-type: none"> - Menikah - Belum menikah - Janda - Duda 				
				<ul style="list-style-type: none"> • Jenjang Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Jenjang Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak sekolah - SD - SMP - SMA - Diploma - Sarjana 				

No	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data yang Dibutuhkan	Indikator	Parameter	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis	Output
						- Magister				
				• Pekerjaan	• Pekerjaan	- Tidak bekerja - Pelajar - Mahasiswa - PNS - Wiraswasta - Pegawai swasta - ABRI/POLRI - Pensiunan - IRT				
				• Pendapatan	• Pendapatan	- < Rp.299.999 - Rp. 300.000 – Rp. 499.000 - Rp. 500.000 – Rp. 999.000 - Rp. 1.000.000 – Rp. 1.999.999 - Rp. 2.000.000 – Rp. 2.999.999 - Rp. 3.000.000 – Rp. 3.999.999 - > Rp. 4.000.000				
			• Geografis	• Alamat atau lokasi tempat tinggal	• Alamat Lokasi tempat tinggal	- Alamat atau lokasi tempat tinggal				

No	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data yang Dibutuhkan	Indikator	Parameter	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis	Output
			• Perilaku	• Frekuensi kunjungan	• Frekuensi kunjungan tiap bulan	- < 1 kali - 1 – 2 kali - 3 – 4 kali - > 4 kali	Data Primer	Survei Primer (Kuisisioner)	• Analisis karakteristik konsumen	
				• Orientasi	• Pemilihan kunjungan	- Pemilihan lokasi kunjungan pada distro dan atau kafe			• Analisis Orientasi pemilihan kunjungan	
		• Psikografis		• Motivasi konsumen	• Motivasi konsumen dalam berkunjung	- Berkunjung karena distro dan kafe terkenal - Berkunjung karena kualitas produk dan citarasa - Berkunjung karena harga yang terjangkau - Berkunjung karena lokasi yang mudah dijangkau - Berkunjung karena suasana yang nyaman	Data Primer	Survei Primer (Kuisisioner)	• Analisis karakteristik konsumen	
				• Gaya Hidup	• Gaya Hidup	- Gengsi yang mempengaruhi pemilihan lokasi kunjungan				

No	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data yang Dibutuhkan	Indikator	Parameter	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis	Output
		Perilaku keruangan	Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> Aksesibilitas 	<ul style="list-style-type: none"> Waktu tempuh Jarak Cara mencapai lokasi distro dan atau kafe 	<ul style="list-style-type: none"> Waktu tempuh ke distro atau kafe <5- >10 menit Jarak permukiman dengan lokasi distro atau kafe <1 km - > 10 km Cara mencapai lokasi distro dan atau kafe 	Data Primer	Survei Primer (Kuisisioner)	<ul style="list-style-type: none"> Analisis Perilaku Keruangan 	Perilaku Keruangan masyarakat terhadap distro dan kafe di Kota Malang
2.	Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap pemilihan distro dan kafe di Kota Malang	Preferensi	-	<ul style="list-style-type: none"> Preferensi masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> Kebiasaan Kecenderungan Kesesuaian 	<ul style="list-style-type: none"> Kebiasaan (pengalaman yang telah diperoleh sebelumnya) Kecenderungan (kepercayaan yang terjadi turun menurun) Kesesuaian terhadap berbagai variasi produk atau pemasok yang tersedia 	Data Primer	Survei Primer (Kuisisioner)	<ul style="list-style-type: none"> Analisis Faktor Analisis Regresi 	Preferensi masyarakat terkait dengan produk pada distro dan kafe di Kota Malang

No	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data yang Dibutuhkan	Indikator	Parameter	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis	Output
		Produk	-	<ul style="list-style-type: none"> • Variasi produk • Tampilan Produk • Kualitas Produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Variasi jenis produk • Tampilan Produk • Kualitas Produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Tersedianya beragam variasi jenis pada produk. - Tampilan Produk yang menarik - Kualitas produk 	Data Primer	Survei Primer (Kuisisioner)	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis Faktor • Analisis Regresi 	Preferensi masyarakat terkait dengan produk pada distro dan kafe di Kota Malang
		Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk dan ketertarikan 	• Bentuk media promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk pada media promosi (Media sosial, SMS, dan media cetak) 	<ul style="list-style-type: none"> - Bentuk promosi yang digunakan melalui media sosial - Bentuk promosi yang digunakan melalui SMS - Bentuk promosi yang digunakan melalui media cetak (brosur, stiker, dll) 	Data Primer	Survei Primer (Kuisisioner)	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis Faktor • Analisis Regresi 	Preferensi masyarakat terkait dengan promosi pada distro dan kafe di Kota Malang
			<ul style="list-style-type: none"> • Informasi promosi 	• Perolehan informasi	• Perolehan informasi	<ul style="list-style-type: none"> - Promosi mudah dipahami dan mudah ditemukan 				
		Harga	-	• Penetapan Harga	• Tingkatan harga	<ul style="list-style-type: none"> - Tersedia berbagai tingkatan harga 	Data Primer	Survei Primer (Kuisisioner)	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis Faktor • Analisis 	Preferensi masyarakat terkait dengan harga

No	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data yang Dibutuhkan	Indikator	Parameter	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis	Output
					<ul style="list-style-type: none">• Kekompetitifan harga	<ul style="list-style-type: none">- Perbandingan harga ditempat lain			Regresi	barang pada distro dan kafe di Kota Malang
					<ul style="list-style-type: none">• Tersedianya potongan harga (diskon)	<ul style="list-style-type: none">- Tersedianya potongan harga (diskon)				
		<i>Place</i>	-	<ul style="list-style-type: none">•Kemudahan dalam mengakses lokasi	<ul style="list-style-type: none">• Kemudahan dalam mengakses lokasi	<ul style="list-style-type: none">- Ketersedian transportasi umum yang melewati- Ketersedian pedestrian	Data Primer	Survei Primer (Kuisisioner)	<ul style="list-style-type: none">• Analisis Faktor• Analisis Regresi	Preferensi masyarakat terkait dengan <i>place</i> pada distro dan kafe di Kota Malang
				<ul style="list-style-type: none">•Tempat parkir	<ul style="list-style-type: none">• Tempat parkir	<ul style="list-style-type: none">- Tempat parkir				
		<i>People</i>	•Karyawan	•Karyawan	• Karyawan	<ul style="list-style-type: none">- Kecepatan dalam pelayanan- Pelayanan yang ramah dan sopan- Pakaian seragam karyawan (bersih, sopan, mencantumkan identitas dan logo perusahaan)	Data Primer	Survei Primer (Kuisisioner)	<ul style="list-style-type: none">• Analisis Faktor• Analisis Regresi	Preferensi masyarakat terkait dengan <i>people</i> pada distro dan kafe di Kota Malang
		<i>Phisical Evidence</i>	•Fasilitas pendukung	•Fasilitas pendukung	• fasilitas pendukung ruangan	<ul style="list-style-type: none">- Ketersediaan pendingin ruangan- Ketersediaan	Data Primer	Survei Primer (Kuisisioner)	<ul style="list-style-type: none">• Analisis Faktor• Analisis Regresi	Preferensi masyarakat terkait dengan

No	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data yang Dibutuhkan	Indikator	Parameter	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis	Output
						WIFI - Ketersediaan pembayaran tunai dan non tunai				<i>Physical Evidence</i> pada distro dan kafe di Kota Malang
		<i>Process</i>	-	• Proses pelayanan dan pemilihan	• Proses pelayanan dan pemilihan pada distro dan atau kafe	- Proses pelayanan pada kasir (cepat, senyum, salam, dan sapa) - Proses pelayanan kepada konsumen - Proses pemilihan produk yang relative nyaman	Data Primer	Survei Primer (Kuisisioner)	• Analisis Faktor • Analisis Regresi	Preferensi masyarakat terkait dengan <i>Process</i> pada distro dan kafe di Kota Malang

“Halaman ini sengaja dikosongkan”